https://gen-ethisches-netzwerk.de/node/1752

Gen-ethischer Informationsdienst

Marke Gen

AKTIONS-SPECIAL

AutorIn
Monika Feuerlein

Das Gen ist von einer wissenschaftlichen Hypothese zum Verkaufsschlager geworden. Als öffentliche Ikone nährt es das Befürfnis nach ewiger Jugend, aber auch nach Einzigartigkeit und Authentizität. Machen Sie einen Streifzug durch die Shopping-Abgründe der Wissenschaftsgläubigkeit.
Haben auch Sie genug von Socken und Krawatten, suchen Sie nach einem einzigartigen Geschenk? Vielleicht sollten Sie ja mal etwas richtig Persönliches, etwas ganz und gar Außergewöhnliches wagen - sozusagen ein gen-iales Gen-Geschenk! Es gibt ja mittlerweile eine ganze Reihe von Designern, Shops und Unternehmen, die sich mit Ideen zur Ausschlachtung eines der symbolkräftigsten Embleme unseres Zeitalters gegenseitig übertreffen. In diesem Markt der scheinbar unbegrenzten Möglichkeiten steht die DNA (alternativ die Gene) - für Futurismus, Eigenliebe, Originalität. Die Wissenschaftsgläubigkeit hat ein abstraktes wissenschaftliches Modell aus dem Labor in die Regale wandern lassen, wo konsumüberdrüssige KonsumentInnen nach wahrer Authentizität, Unsterblichkeit und sozialer Anerkennung jagen. Das Gen ist zum „Supergen" geworden, schrieb die Wissenschaftssoziologin Dorothy Nelkin bereits vor einigen Jahren, und dieses Potential als öffentliche Ikone macht das Gen in der kapitalistischen Verwertungslogik zur Marke - zu einem Konsumartikel mit wahrhaft identitätsstiftendem Moment. Sie wollen das nicht glauben? Dann lassen Sie mal einfach alle Vorbehalte beiseite und kommen Sie auf einen kleinen Streifzug mit!

Eine wahrhaft dufte Idee

Fürs Erste brauchen Sie auch nicht das Haus verlassen, denn bei www.dna4u.de können Sie ihre DNA (wahlweise die ihres Partners) in Ketten- oder Schlüsselanhänger aus Glas verpacken lassen. Auch ein Blutskreuz für den Liebsten zum Valentinstag ist mit Sicherheit ein ungewöhnliches Geschenk, schließlich ist das Innerste des Selbst, sozusagen ihre Essenz, mit drin. Die benötigte Speichel- oder Blutprobe können Sie einfach per Post einschicken. Eine wahrhaft dufte Idee hatte auch die Firma MY DNA Fragrance (www.mydnafragrance.com) im illustren Wohnbezirk Beverly Hills, Los Angeles: Wer seine DNA dort einschickt, kann quasi aus seiner genetischen Basis sein individuelles Parfum entwickeln lassen. „Bringen Sie sich selbst zur Entfaltung", heißt das Motto, die Geschichte ihrer Seele, ihrer Ahnen, die in dieser DNA gepeichert ist. Diesen Duft tragen garantiert nur Sie! Bis vor kurzem konnten Fans auch ein Parfum auf der Basis der mitochondrialen DNA verstorbener Stars herstellen lassen. Dieses Angebot wurde aber leider eingestellt - vielleicht ist dem Zulieferer der Firma seine Sammlung von Haaren antiker Persönlichkeiten ausgegangen. Sie stehen nicht auf Blut und echte Zellen? Dann könnte Ihnen womöglich der DNAstore (www.thednastore.com) zusagen. Dieser Internetshop bietet unter anderem goldene Replikate der Doppelhelix

als Ohrringe an. Auch Krawatten, bedruckt mit dem genetischen CODE, oder aufblasbare Schwimmnudeln in Helixform, natürlich in Übergröße, sind ebenfalls zu erwerben.

Alles also streng wissenschaftlich...

Aber nun wird es doch Zeit, das Haus einmal zu verlassen und sich von der Materialität des Genomzeitalters in der näheren Umgebung inspirieren zu lassen. Zum Beispiel, als Kunstliebhaber, in der DNA-Galerie (www.dna-galerie.de). Danach können Sie sich bei DNA-Berlin (www.dna-berlin.com) die Haare schneiden lassen. Ihr Spiegelbild ist müde und erschöpft? Zeit für eine Kosmetikbehandlung mit der neuen Produktserie von Nivea mit dem vielversprechenden Namen DNAge - sie schützt die Zell-DNA (und damit Ihren Jungbrunnen) vor Schädigungen. Inspiriert wurde das Produkt, na?, richtig, durch die Genomforschung. Das ganze ist also streng wissenschaftlich, ist ja klar. Und wenn sie dann einen passenden Ort suchen, um Ihr neues Outfit zur Schau zu stellen: Ich bin sicher, auch in Ihrer Nachbarschaft lässt sich bald eine dnalounge finden, um sich mit Gleichgesinnten über die Segnungen des Genomzeitalters auszutauschen.

Informationen zur Veröffentlichung

Erschienen in:
GID Ausgabe 200 vom Juli 2010
Seite 38 - 39